

B.Y.O.——正宗日式料理的代名词

B.Y.O.秉持着「创造以料理传递日本文化」的精神理念，目前已经发展出16个美食品牌、全国遍布116家店铺。

By Arthur Menkes and Paul Mannion

B. Y.O. 创立于1991年，是一家以日本料理为核心，经营多个品牌的餐饮企业。代表人中野耕志先生表示，他希望推广的不仅是全球为人知的寿司与乌冬面等经典料理，更希望拓展日本料理的更多魅力。「我们的企业理念，是在传承日本传统文化的同时，也持续创新日本料理」，中野先生如此强调。

B.Y.O.的料理菜单采撷四季时令句味演绎季节美味，每年在旗下16个品牌中职人善用巧思变化超过800种以上的菜色。藉此让顾客能够随时享受与新料理的美味邂逅，同时也体验日本料理所重视的「时令」精神。对季节食材的讲究，深深根植于该公司「以餐饮呈现体验本质」的哲学之中。

目前，该公司正积极在日本主要都市及海外拓展据点，并透过加盟体系的推广，致力于打造能够获得广大消费族群喜爱的品牌。其中，现在以东京为中心，在全国拥有27家店铺的“高汤茶泡饭+肉乌冬面 えん”，已开始招募加盟店。该品牌以提供高品质的高汤茶泡饭及高汤熬煮的肉乌冬面和饭团等餐点，作为一种讲究健康、洗练日式风格的速食餐饮，广受好评及欢迎。

B.Y.O.希望能与加盟店携手合作，将「高汤文化」的魅力推广到全世界。此外，该公司也透过官方网站贩售瓶装高汤等产品，让消费者在家中也能轻松享受原汁原味重现在店里享用的绝佳风味。



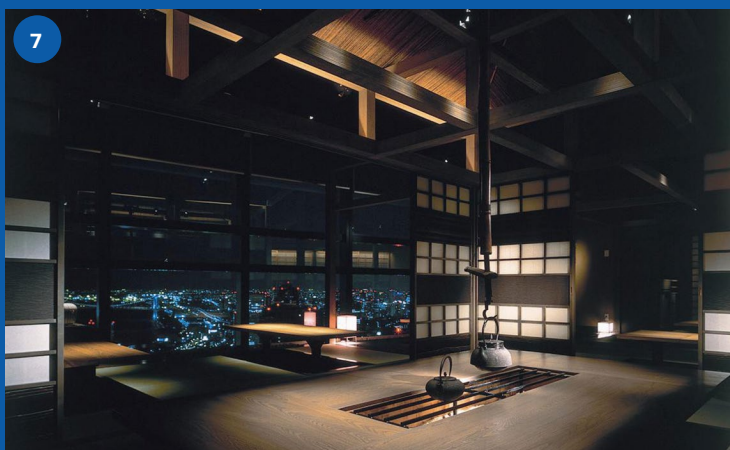
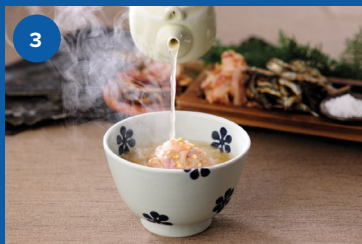
「希望让更多人了解，日本料理的内涵不仅限于寿司或乌冬面。期待能打破既有的刻板印象，让人们亲身体验日本饮食文化的多样性与多元性的魅力」。

—— B.Y.O.株式会社
代表董事长 中野耕志



BYO.CO.,LTD

<https://byo.co.jp>



同时，B.Y.O. 也积极招募“希望为日本料理带来创新”的人才。公司寻找的是能重视美味与款待精神、并怀抱发掘日本料理新价值志向的人。透过完善的培训计划，B.Y.O. 不仅招募日本人，也广纳来自越南、尼泊尔、缅甸、印尼、台湾等多国籍的人才。该培训课程除了教授料理技术与食材知识外，还包括待客之道与店铺经营管理，为每一位员工打造一个能够成长为优秀料理人、门市人员，甚至是店铺经理的发展环境。

在世界知名的料理学校——美国的「美国烹饪学院 (Culinary Institute of America, 简称 CIA)」中，B.Y.O.的「高汤茶泡饭」概念已被正式介绍。中野先生表示：「能够获得全球权威机构对『高汤』潜力的认可，对我们来说是一大鼓舞与自信来源。」这项评价，也正成为「高汤茶泡饭 えん」拓展海外市场的重要推力。

B.Y.O.不仅传承并超越全球熟知的寿司和天妇罗等日式经典料理，更致力于透过展现日本料理的深度与多样性，持续传达其独特魅力。除了积极在海外开设分店外，公司也积极打造国际合作伙伴关系，以满足全球市场的需求。

1. Sushi Course (Washoku EN)
2. Well-balanced Japanese cuisine (Obon de gohan)
3. Dashi-Chazuke
4. Dashi broth bottle
5. Making dashi broth
6. Cooking lecture at CIA school
7. Traditional Japanese seats